

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TUGAS AKHIR
**STRATEGI PROMOSI DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA TOKO
SEPATU BATA MTC GIANT PANAM PEKANBARU**

*Disusun dan Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Muda (A.Md) Pada Program Studi D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan
Ilmu Sosial Uin Suska Riau*



Oleh :

HENDRA WANTRI BATEE

NIM : 01672102666

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2021



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

Nama : HENDRA WANTRI BATEE

NIM : 01672102666

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jurusan : D3 Manajemen Perusahaan

Judul : STRATEGI PROMOSI DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA TOKO SEPATU

BATA MTC GIANT PEKANBARU

Setelah kami teliti memberikan bimbingan sebagaimana mestinya, maka kami berpendapat bahwa laporan ini sudah dapat :

DI SETUJUI OLEH

PEMBIMBING

Hj.Qomariah Lahamid, SE, M.Si
NIP.19750704 200710 2 001

MENGETAHUI

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial



Dr. Hj. Mahvarni, SE, MM
NIP. 19700826 199903 2 001

Ketua Jurusan

D3 Manajemen Perusahaan

Hj.Qomariah Lahamid, SE, M.Si
NIP.19750704 200710 2 001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

Nama : HENDRA WANTRI BATEE

Nim : 01672102666

Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial

Jurusan : DIII Manajemen Perusahaan

Judul Skripsi : **STRATEGI PROMOSI DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA TOKO SEPATU BATA MTC GIANT PANAM PEKANBARU**

Hari/Tgl Ujian : Jum'at, 23 Juli 2021

Panitian Penguji:

Ketua

H. Oomariah Lahamid, SE, M.Si
NIP. 19750704 200710 2 001

Anggota

Penguji I

Dr. Hariza Hasyim, SE, M.Si
NIP. 19760910 200901 2 003

Penguji II

Fitri Hidayati, SE, MM
NIK. 130411018



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

“STRATEGI PROMOSI DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA TOKO SEPATU BATA MTC GIANT PANAM PEKANBARU”

OLEH

HENDRA WANTRI BATEE

NIM : 01672102666

Pemasaran di dalam dunia bisnis merupakan sesuatu yang vital atau penting, sebab bila suatu perusahaan tidak mampu menjual produknya kepada konsumen maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian, hal tersebut juga akan mengganggu aktivitas di dalam perusahaan tersebut. Untuk itu dalam penulisan tugas akhir ini penulis mengambil judul “STRATEGI PROMOSI DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA TOKO SEPATU BATA MTC GIANT PANAM PEKANBARU”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi yang telah dilakukan terhadap tingkat volume penjualan dimasa pandemi. Metode penelitian yang digunakan dalam laporan Tugas Akhir ini adalah wawancara dan observasi, karena penulis ingin mengetahui bagaimana strategi promosi di masa pandemi covid 19 yang dilakukan dalam mempromosikan produk toko bata mtc giant panam pekanbaru. Data yang digunakan adalah data primer merupakan data pendukung yang diperoleh dari observasi dan wawancara dan data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari arsip perusahaan. Strategi Promosi yang diterapkan oleh Toko Sepatu Bata adalah Personal selling dengan tenaga penjual yang melakukan penjualan di toko dan Promosi penjualan dengan diskon, harga psikologi serta obral. Data penjualan yang dianalisis adalah data tahun 2014 s/d 2020. Data penurunan penjualan pada tahun 2020, hal tersebut dikarenakan terjadi nya pandemi covid 19 dan PSBB (pembatasan sosial bersekala besar).

Kata Kunci : Strategi Promosi di Masa Pandemi Covid 19 Pada Toko Sepatu Bata Mtc Giant Panam Pekanbaru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat beriring salam tidak lupa kita hadiahkan kepada baginda Rasullulah SAW yang telah membawa kita dari alam gelap gulita yang penuh kebodohan kepada alam yang terangmenerang yang penuh ilmu pengetahuan. Skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru di Masa Pandemi Covid 19”**, ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Ahli Madya (A.md) pada jurusan Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas rahmat dan ridhonya saya dapat selesai mengerjakan tugas akhir ini dengan baik.
2. Kepada kedua orang tua saya, ayahanda Firman Batee dan Ibunda Marlina Br.Tumorang yang selalu memberikan dukungan moral dan spiritual kepada saya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.
5. Bapak Dr. Kamarddin, S.Sos, M.si selaku Wakil Dekan I
6. Ibu Qomariah Lahamid, SE., Msi selaku ketua program studi D3 Manajemen Perusahaan beserta Ibu Abdiana Ilosa, SAp., MPA selaku Sekretaris Jurusan.
7. Ibu Qomariah Lahamid, SE., selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing dengan penuh kesabaran dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Adik kandung saya tercinta Yusriani, Yakiria, Ernawati, dan Ririn Anjelina yang telah menjadi penyemangat saya menyelesaikan tugas akhir.
10. Sahabat seperjuangan dari masuk kuliah hingga sekarang Muamar Khadafi yang memotivasi setiap pergerakan awal kuliah, hingga penyelesaian Tugas akhir
11. Teman dari semester 1 sampai dengan akhir semester, Manajemen Perusahaan Lokal B terima kasih sudah memberikan motivasi dan semangat yang sangat luar biasa.
12. Seluruh Teman-Teman satu angkatan Manajemen, yang tak mungkin penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas doa, waktu dan pengalaman yang sudah kita lewati bersama, semoga persaudaraan kita akan terjalin selamanya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis berserah diri, dan semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya,

Aamiin Yaa Rabbal Aalamiin. Wassalamuailakum Wr.Wb

Pekanbaru, Juli, 2021

Penulis,

HENDRA WANTRI BATEE

NIM : 01672102666

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan manfaat Penulisan	6
1.4 Metodologi Penelitian	7
1.5 Jenis dan Sumber Data.....	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Sejarah Perusahaan	10
2.2 Visi dan Misi	12
2.3 Struktur Perusahaan	13
2.4 <i>Job Description</i>	13
BAB III TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK.....	19
3.1. Tinjauan Teori.....	19
3.1.1. Pemasaran	19
3.1.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	20
3.1.3. Pengertian Strategi	26
3.1.4. Macam- Macam Strategi.....	27
3.1.5. Pengertian Promosi	28
3.1.6. Pandemi covid 19.....	33

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1.7. Pandangan Islam tentang Pemasaran	34
3.2 Tinjauan Praktek	35
3.2.1. Strategi Penjualan Produk Sepatu Di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.....	35
3.2.2. Jenis-jenis Produk Penjualan Sepatu di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.....	38
3.2.3. Media Promosi Yang Digunakan Bata saat ini	40
3.2.4. Kendala-kendala yang dihadapi dalam penjualan produk di saat pandemi covid 19	42
3.2.5. Solusi yang dilakukan Toko Bata MTC Giant di saat pandemi covid 19	43
BAB IV PENUTUP	44
4.1 Kesimpulan.....	44
4.2 Saran	45

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN****DOKUMENTASI**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Target dan Realisasi Penjualan Sepatu Bata Pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam	3
Tabel 3.2.2.	Jenis-Jenis Produk Penjualan Sepatu Di Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.....	38
Tabel 3.2	Persentasi Data Penjualan Sepatu Bata Pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Periode 2019-2020..	43



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

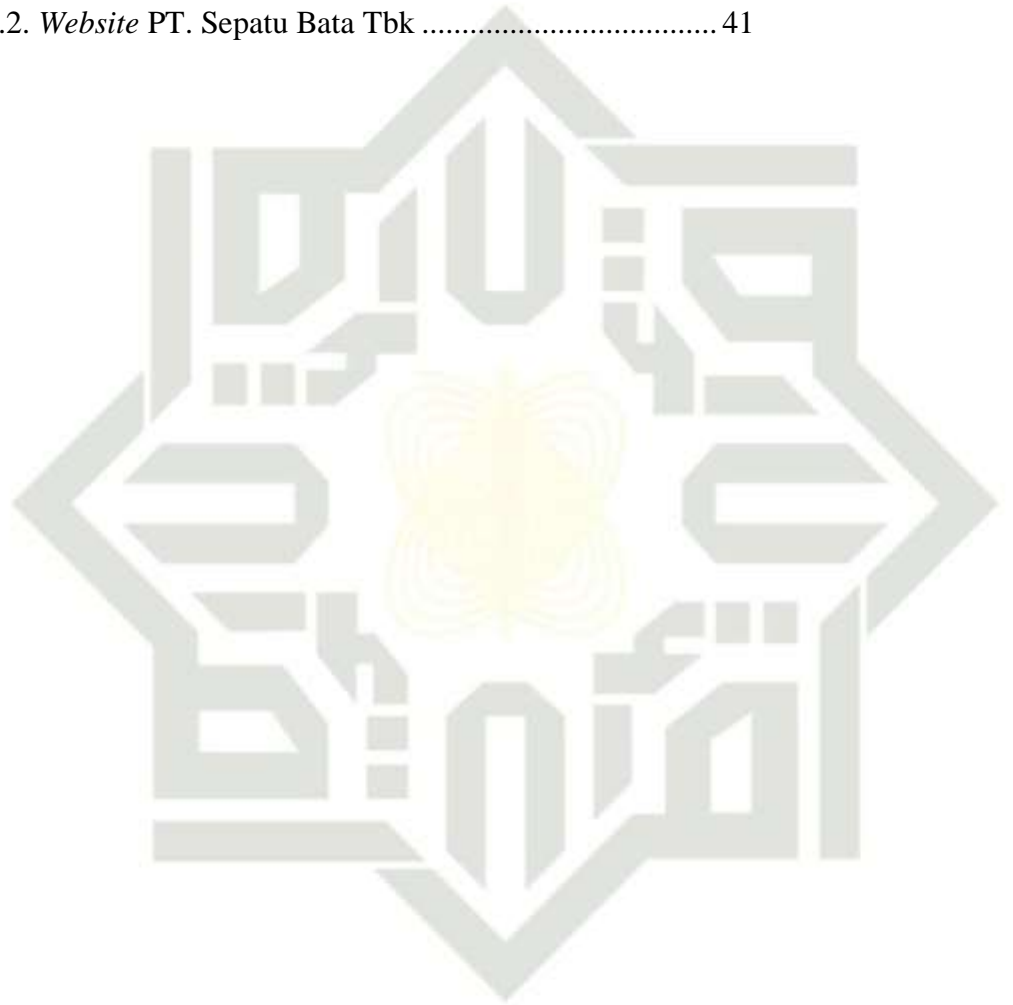
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Struktur Perusahaan Toko Sepatu Bata MTC Giant

Panam 13

Gambar 3.2. *Website* PT. Sepatu Bata Tbk 41



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman di Indonesia, maka kebutuhan manusia cenderung pula berkembang. Semua kegiatan atau aktivitas manusia tidak lepas dari usaha memenuhi kebutuhannya, terutama kebutuhan yang bersifat dasar. Kebutuhan dasar adalah kebutuhan pokok yang harus dipenuhi manusia untuk menjamin kelangsungan hidupnya, dimana salah satu dari kebutuhan pokok tersebut adalah kebutuhan akan sandang yang berupa pakaian seperti sepatu sebagai unsur penting yang tidak lepas dari kehidupan sehari-hari manusia.

Dengan adanya kebutuhan manusia yang bermacam-macam dengan keinginan yang berbeda-beda maka peranan pemasaran menjadi sangat penting bagi perusahaan dalam usaha memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Dengan kemajuan pola hidup masyarakat maka permintaan barang-barang semakin bervariasi, yang didukung pula oleh kemajuan teknologi yang makin pesat.

Perkembangan penjualan sepatu di Indonesia yang semakin berkembang disebabkan oleh berbagai hal, diantaranya perkembangan *mode* yang terus menerus berubah. Hal ini menyebabkan tingkat konsumsi sepatu di Indonesia semakin tinggi dalam menghadapi situasi pasar yang demikian, setiap perusahaan harus memikirkan suatu upaya untuk dapat mempertahankan keberadaannya. Usaha yang dapat dilakukan perusahaan dalam mengatasi persaingan tersebut adalah dengan mengadakan peningkatan produk perusahaan terhadap dengan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peningkatan produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen akan produk yang dihasilkan dan jika konsumen merasa puas maka penjualan bisa meningkat dan tujuan penjualan dapat tercapai. Para pengusaha akan terus berlomba meningkatkan penjualan produknya untuk dapat menawarkan suatu produk yang inovatif, berkualitas dan memberikan nilai lebih bagi konsumen. Begitupun dengan sector industri alas kaki untuk memenuhi kebutuhan alas kaki.

Salah satu toko sepatu yaitu Toko Bata yang akan penulis teliti yaitu yang ada di Pekanbaru. Pekanbaru merupakan salah satu kota yang besar yang banyak dilirik oleh para pengusaha untuk memulai dan menawarkan produknya. Pada saat ini masyarakat Kota Pekanbaru telah mengenal banyak tren model sepatu baik itu dari perubahan gaya hidup dan kemajuan zaman. Konsumen membeli suatu produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan atau kebutuhan serta daya tariknya dan daya belinya, salah satunya sepatu yang selalu mengikuti selera konsumen. Bagi konsumen, sepatu merupakan suatu produk yang dapat menambah kepercayaan diri gaya seseorang. Kegunaan dari sepatu adalah sebagai alas kaki dan juga pelindung kaki agar tidak tergores atau terluka dari benda luar yang berbahaya. Tujuan dari sepatu ini adalah juga memberikan kenyamanan bagi para pengguna sepatu. Sepatu merupakan barang konsumsi yang dapat bertahan lama dan juga dibandingkan berdasarkan kualitas sepatu dan juga harganya.

Toko sepatu Bata di Pekanbaru merupakan suatu perusahaan industri manufaktur yang bergerak dibidang persepatuan. Sepatu Bata merupakan salah satu perusahaan yang pernah menjadi *market leader* di Indonesia. Suatu produk

dapat dikenal oleh masyarakat melalui merek yang diberikan oleh perusahaan. Konsumen menilai sepatu Bata awet, tetapi hal ini justru dikonotasikan dengan model-model kuno dan *konservatif*.

Salah satu outlet/ toko pendistribusian sepatu Bata yang menerapkan manajemen pemasaran dengan tujuan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian adalah Toko sepatu Bata MTC Giant Panam. Toko yang terletak dikawasan salah satu pusat perbelanjaan ritel terbesar di Pekanbaru ini telah berdiri sejak tahun 2013. Toko ini menjual sepatu merek Bata dengan beragam model, berkualitas dan berinovasi untuk semua kalangan dan usia dengan kisaran harga mulai dari RP 89.000 sampai dengan Rp 399.000 untuk sepatu wanita dan Rp 50.000 sampai Rp 1.499.900 untuk kategori sepatu Bata pria, serta pilihan model sesuai dengan perkembangan selera konsumen. Dapat dilihat melalui tabel target penjualan dan realisasi penjualan dari tahun 2014 sampai 2019 yang digambarkan pada tabel berikut ini:

Tabel I.1 Target dan Realisasi Penjualan Sepatu Bata pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam

Tahun	Target Penjualan (Pasang)	Realisasi Penjualan (Pasang)	Pencapaian Target
2014	25.000	22.184	88,7 %
2015	23.000	17.400	75,7 %
2016	19.000	18.240	96 %
2017	21.000	18.410	87,7 %
2018	16.804	18.606	105%
2019	16.945	11.778	115%
2020	16.500	9.689	98%

Sumber: Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa penjualan sepatu Bata pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam selama enam tahun terakhir



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengalami fluktuasi dan cenderung menurun serta tidak pernah mencapai target penjualan. Penjualan tertinggi dicapai pada tahun 2014 yaitu sebesar 22.184 pasang dengan pencapaian target 88,7 % dari target yang telah ditetapkan yaitu 25.000 pasang. Penjualan terendah terjadi pada tahun 2018, penjualan jauh menurun dengan sebelumnya dan target penjualan hanya terealisasi sebesar 105 % dari target penjualan 16.804 pasang. Karena penurunan tersebut, pada tahun 2019 pihak pimpinan kembali menurunkan target penjualan menjadi 16.945 pasang. Alhasil, pencapaian target penjualan tertinggi dicapai pada tahun ini yaitu sebesar 115% dari target penjualan yang telah ditetapkan dengan penjualan sebesar 11.778 pasang. Dengan adanya kenaikan pencapaian target penjualan tersebut, pihak manajemen memutuskan untuk menaikkan target penjualan untuk tahun 2020 sebesar 17% dari target yang telah ditetapkan. Dapat disimpulkan bahwa selama enam tahun berturut-turut penjualan sepatu Bata pada toko sepatu Bata MTC Giant Panam tidak pernah mencapai target penjualan yang telah ditetapkan.

Penurunan tersebut diduga disebabkan karena semakin menjamurnya/ banyak nya persaingan *outlet*/ toko-toko yang menjual produk sejenis seperti toko sepatu *Stars*, *Buchery*, dan beragam toko-toko sepatu lokal yang berada di lingkungan toko sepatu Bata MTC Giant Panam, sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana konsumen lebih leluasa dan lebih selektif dalam memilih dan menentukan keputusan pembeliannya.

Dimasa pandemi COVID-19 banyak kebutuhan masyarakat yang diperlukan baik kebutuhan primer maupun sekunder dipenuhi dengan pelayanan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara online. Walaupun masih ada juga pelayanan secara offline seperti pasar dan swalayan yang menjual berbagai kebutuhan pokok. Tetapi banyak masyarakat yang memilih membeli secara online selain praktis juga sering memberikan discount. Menurut Harahap, 2018 Belanja online juga dapat diartikan sebagai keinginan konsumen untuk membelanjakan uangnya untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan di toko online.

Dengan usaha PT Sepatu Bata Tbk (BATA) untuk kembali beroperasi setelah toko-toko sempat ditutup akibat pandemi Covid-19 beberapa waktu lalu. Bata mulai menormalisasi bisnisnya, beberapa hal yang diamati oleh perusahaan yang akan mempengaruhi dan memaksa pelaku bisnis untuk bisa beradaptasi, yakni mengurangi biaya yang bersifat konsumtif. Selain itu juga rendahnya kunjungan ke toko-toko karena adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan masalah kebersihan dan kesehatan, kelebihan inventaris di pasar dan tingginya kompetisi promosi, serta maraknya kegiatan *e-commerce*.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis ingin mengetahui lebih luas lagi tentang peningkatan kualitas jasa pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam. maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PROMOSI DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA TOKO SEPATU BATA MTC GIANT PANAM PEKANBARU”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas maka perumusan masalah dalam penulisan ini adalah :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bagaimana strategi promosi pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru di masa pandemi covid 19 ?.
2. Apa kendala-kendala dalam melaksanakan strategi promosi pada toko bata MTC Giant panam ?.
3. Apa upaya-upaya yang dilakukan Toko Bata MTC Giant panam dalam menghadapi kendala-kendala tersebut ?.

1.3 Tujuan dan Manfaat penulisan Laporan**a. Tujuan Penulisan**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara keseluruhan penelitian ini bertujuan untuk :
 “Untuk mengetahui strategi promosi pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru di masa pandemi covid 19”.

b. Manfaat Penulisan

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berupa:

Bagi peneliti

Menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penulisan penelitian ini.

Bagi perusahaan

Memberikan saran dan masukan yang bermanfaat mengenai upaya peningkatan kualitas pelayanan jasa, agar bisa berjalan sesuai harapan dan tercapainya suatu tujuan perusahaan.

Bagi peneliti selanjutnya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama.

1.4 Metodologi Penelitian

a. Lokasi penelitian

Penelitian dilakukan di Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan pada tahun 2021.

1.5 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

a. Primer

Data Primer adalah jenis-jenis data yang dikumpulkan oleh penulis yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya seperti wawancara dengan pihak-pihak yang ada hubungannya dengan penelitian ini pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.

b. Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang tidak dipublikasikan. Seperti informasi mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi dan buku-buku penunjang mendukung penelitian ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Sumber Data

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan cara mengamati langsung objek yang menjadi permasalahan dalam pelaksanaan upaya peningkatan kualitas pelayanan dan kendala yang dihadapi dalam meningkatkan kualitas pelayan jasa pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.

b. Wawancara

Adalah pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan cara melakukan tanya jawab kepada pihak bagian manajemen sumber daya manusia pada Toko

Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.

c. Analisis Data

Dalam menggunakan analisis data penulis menggunakan analisa data, penulis menggunakan analisis deskriptif yaitu data yang terkumpul dianalisis dengan memberikan gambaran sesuai rinci berdasarkan pernyataan dilapangan serta mengaitkan dengan teori-teori yang sesuai dengan permasalahan yang ada. Kemudian akan memberikan interprestasi terhadap hasil yang relevan kemudian diambil kesimpulan dan saran.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulis membagi beberapa bab, dan masing-masing bab dibagi menjadi sub-sub bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang latar belakang permasalahan, tujuan, manfaat, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang sejarah berdirinya perusahaan Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru dan struktur organisasi serta bagian unit kerja karyawan.

BAB III : TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK

Dalam bab ini akan dibahas tentang pengertian pemasaran, pengertian bauran pemasaran, pengeritian strategi dan pengertian promosi.

BAB IV : PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan tentang yang berkaitan dengan kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan

Perusahaan Sepatu Bata pertama kali didirikan pada tanggal 24 Agustus 1894, ketika Antonin Bata mendaftarkannya di kota Zlain, Ceko. Thomas Bata meninggal dunia akibat kecelakaan pesawat pada tanggal 12 Juli 1932. Sepatu Bata Tbk (BATA) didirikan tanggal 15 Oktober 1931. Pabrik pertamanya berada di Kalibata, Jakarta Selatan sedangkan pabrik keduanya terletak di Kalibata, oleh karena itu banyak orang mengira nama Bata diambil dari nama kawasan Bata pertama kali berdiri. Ternyata yang paling tepat nama Bata diambil dari nama pendiri perusahaan Bata yaitu Thomas Bata.

Di Indonesia, toko sepatu Bata pertama kali beroperasi pada tahun 1939 dengan pabrik yang berlokasi di Kalibata, se-Jakarta Selatan dan di kota Medan, Sumatera Utara. Karena lokasi ini beberapa orang mengira bahwa nama toko sepatu ini diambil dari nama ayah Anna dan Antonin, Thomas Bata. Kedua pabrik sepatu Bata ini menghasilkan kurang lebih sebanyak tujuh juta pasang sepatu setiap tahunnya yang terdiri dari 400 model sepatu, sepatu sandal serta sandal yang terbuat dari kulit, karet maupun plastik. Namun pada tahun 1978, status bata di Indonesia yang merupakan perusahaan dengan Penanam Modal Asing (PMA) mendapat tantangan dari berbagai pihak, sehingga untuk dijual secara bebas di pasaran.

Sepatu Bata masuk ke tanah air sejak 1931 melalui jalur impor yang didatangkan dari Singapura (dulu Malaysia). Pengimporannya yaitu perusahaan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penyalur sepatu NV Nederlandch-Indische di kawasan pergudangan Tanjung Priok kemudian, 6 tahun setelah sepatu bata masuk ke Indonesia, Thomas Bata sang pemilik perusahaan, membuang pabrik raksasa di Kalibata. Banyak warga sekitar (Rajawati, Klibata) yang turun temurun bekerja di bata. Dari sinilah bisnis sepatu bata menyebar keseluruh pelosok tanah air. Saat itu, sepatu kulit dan karet menjadi sepatu andalan tahan lama dan nyaman di pakai. Perusahaan Bata menikmati masa kejayaan hingga era 1980. Pada tanggal 24 Maret 1984, perusahaan associate dari bata *shoe organization* yang berpusat di Lusanne, Swiss, tercatat di Bursa Efek Jakarta sebagai sepatu Tbk. Dalam perkembangannya yang signifikan, di tengah serbuan banyak merek sepatu lain yang membanjiri pasaran di Indonesia, perkembangan produk sepatu bata di Era 20-an sebagai brand sepatu asal Switzerland, sepatu bata yang telah dikenal selama 80 tahun di Indonesia kembali dan saat ini kembali hadir, hadir dengan inovasi terbaru di tahun 13 Juni 2013 bata membuka lokasi di Giant Panam Pekanbaru.

Toko sepatu Bata MTC Giant Panam terletak di Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Panam, Pekanbaru. Tepatnya berada dikawasan Giant yang merupakan salah satu pusat perbelanjaan ritel terbesar di Pekanbaru. Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam adalah salah satu outlet pendistribusian sepatu Bata oleh PT Sepatu Bata Tbk. Toko yang berdiri sejak bulan Oktober 2013 ini menjual sepatu Bata dengan beragam model untuk semua kalangan. Saat ini toko Sepatu Bata MTC Giant Panam dipimpin oleh Bapak Yudi Prima sebagai *store manager*. Dalam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memasarkan produknya Bapak Yudi Prima dibantu oleh delapan orang karyawan dengan posisi dan tanggung jawab yang berbeda-beda.

Selain menjual sepatu merek Bata, toko sepatu Bata MTC Giant Panam juga menjual beberapa merek alternatif seperti *North Star*, *Power*, *Bubblegummers*, dan *Marie-Claire*. Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam didukung oleh fasilitas gerai yang menarik, *furniture* terbaru dan desain toko yang *modern*.

2.2. Visi dan Misi

a. Visi

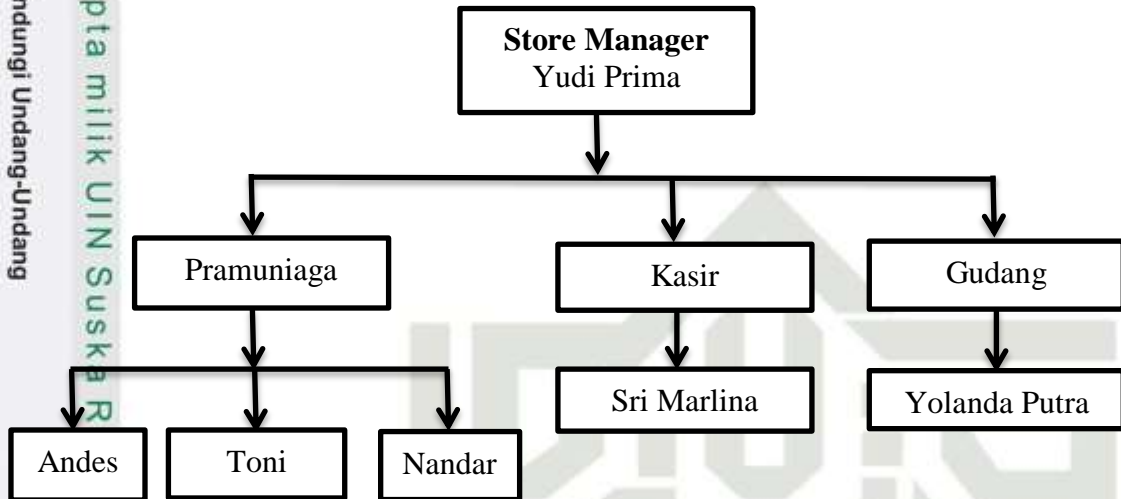
Memperkuat posisi Bata sebagai pemimpin bisnis alas kaki di Indonesia dan meningkatkan nilai pemegang saham dalam jangka pendek dan jangka panjang.

b. Misi

Untuk sukses sebagai organisasi dunia yang paling dinamis, *fleksibel* dan mengerti kondisi pasar alas kaki sebagai bisnis utamanya.

2.3. Struktur Perusahaan

Gambar 2.1 Struktur Perusahaan Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam



Sumber : Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam

2.4. Job Description

Adapun rincian tugas masing-masing dalam toko sepatu Bata MTC Giant

Panam ini yaitu:

A. Store Manager

Dalam bisnis ritel, tugas seorang *store manager* adalah sebagai berikut:

1. Sales and Profitability

Seorang *store manager* dituntut untuk mencapai target penjualan yang sudah diterapkan perusahaan dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

2. Inventory Handling

Seorang *store manager* dituntut untuk dapat menangani atau mengelola barang dagangan dengan baik, baik itu *assortment* atau *availability* nya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Human Resource Handling

Store manager dituntut agar dapat menggerakkan seluruh SDM yang dimiliki untuk bekerja seefektif mungkin dan dapat mencapai target yang telah disepakati

Assets Handling

Store manager harus dapat mengelola asset yang dimiliki perusahaan baik itu yang berwujud maupun yang tidak berwujud sehingga setiap asset yang dimiliki dapat berfungsi dengan sebagaimana mestinya.

B. Service

Seorang *store manager* tidak hanya dituntut untuk bersikap ramah terhadap karyawan dan konsumen, akan tetapi juga pemenuhan ekspektasi pelanggan terhadap perusahaan dan produk.

1. Kasir

Adapun tugas seorang kasir adalah sebagai berikut:

a. Menjalankan proses penjualan dan penerimaan pembayaran

Dalam hal ini seorang kasir harus memiliki ketelitian seperti pengecekan uang asli dan uang palsu, serta pemberian uang kembalian. Berpenampilan rapi dan baik, serta harus dapat berkomunikasi yang baik dengan konsumen.

b. Mencatat setiap transaksi

Seorang kasir harus mencatat transaksi penjualan dengan teliti agar tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Membantu memberikan informasi mengenai suatu produk kepada pelanggan

Seorang kasir harus memiliki pengetahuan tentang suatu produk serta kemampuan komunikasi yang baik, sopan dan ramah agar konsumen merasa nyaman dan rasa ingin tahunya terhadap suatu produk terpuaskan.

- d. Melayani transaksi dan packing barang

Selama melakukan pencatatan barang ke *software* penjualan, seorang kasir perlu mengajak pelanggan berbicara dengan ramah. Kemudian memasukkan barang yang sudah dicatat kedalam kantong plastik.

- e. Melakukan pengecekan barang sebelum menyerahkan kepada pelanggan.

Sebelum memberikan barang kepada konsumen, seorang kasir harus mengecek apakah semua barang sudah masuk kedalam kantong plastik.

Bagian Gudang

Tugas seorang staff gudang adalah sebagai berikut:

- a. Membuat perencanaan pengadaan barang dan distribusinya
- b. Mengawasi dan mengontrol operasional gudang
- c. Menjadi pemimpin bagi semua staff gudang
- d. Mengawasi dan mengontrol semua barang yang masuk dan keluar sesuai dengan SOP
- e. Melakukan pengecekan pada barang yang diterima sesuai SOP



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Membuat perencanaan, pengawasan dan laporan pergudangan
- g. Memastikan ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan
- h. Mengawasi pekerjaan staff gudang lainnya agar sesuai dengan standar kerja
- i. Memastikan aktivitas keluar masuk barang berjalan lancar
- j. Melaporkan semua transaksi keluar masuk barang dari dan ke gudang

Marketing

- a. Sebagai bagian yang memperkenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat, melalui produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut.
- b. Bertugas dalam menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara menjual produk perusahaan tersebut.
- c. Bertugas dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjembatani antara perusahaan dengan lingkungan eksternal.
- d. Bertugas untuk menyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas dan penjualan produk.

4. Pramuniaga

Pramuniaga adalah seseorang yang bekerja melayani pembeli disuatu toko atau pasar swalayan. Pada umumnya pramuniaga selalu siap mencarikan barang yang dibutuhkan pembelinya. Adapun tugas- tugas dan tanggung jawab dari seorang pramuniaga adalah sebagai berikut:

- a. Menata barang yang ada di rak



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketika mendapati barang dirak kosong, maka seorang pramuniaga harus melaporkan kepada bagian gudang (*merchandiser*) untuk mengeluarkan barang atau stock yang ada digudang. Apabila ternyata stock barang tersebut minim digudang, maka pramuniaga harus melaporkannya kepada pegawai *merchandising* dan selanjutnya staf akan membuat *purchase order*. Untuk itu seorang pramuniaga harus mempunyai jiwa *leadership* sebagai wakil presiden.

b. *Mendisplay* barang pada rak

Seorang pramuniaga harus bisa menata barang dengan rapi. Pramuniaga harus bersifat aktif dan kreatif.

c. Mempromosikan barang dagangan

Apabila produsen mengeluarkan produk baru maupun ketika sedang ada promosi dari perusahaan, seorang pramuniaga harus mempromosikannya kepada pembeli atau konsumen. Dalam hal ini seorang pramuniaga harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dengan kolega maupun konsumen, bersikap ramah dan proaktif

d. Mengepak Produk

Pramuniaga harus bisa mengepak produk kemasan kecil, membungkus atau mengemas hadiah pada produk. Pramuniaga sebagai wakil perusahaan harus bisa menganalisa serta mengambil keputusan kapan harus menambah stock barang di toko yang menjadi tanggung jawabnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Membuat laporan tentang penjualan

Dalam hal ini seorang pramuniaga harus memiliki keterampilan menulis yang baik, rapi dan bersih



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapatlah ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Toko Bata MTC Giant dikatakan sudah menetapkan strategi yang baik dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan dengan media promosi yang digunakan. Pada masa pandemi Covid-19 saat ini, Toko Bata MTC Giant pastinya terkena dampaknya, hal tersebut dikarenakan menurunnya daya beli masyarakat. Begitu pula yang dialami toko Bata MTC Giant pada saat ini yang berimbas pada menurunnya omset penjualan. Namun hal tersebut tidak menyurutkan toko Bata MTC Giant untuk gencar melakukan promosi.
2. Strategi selanjutnya yang dilakukan adalah balihi/spanduk, *Webstore*, obral dan diskon pada *E-Commerce*. Dan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan yang lebih baik lagi pada masa pandemi Covid-19 dilakukan toko Bata MTC Giant ialah untuk mensiasati penurunan penjualannya yaitu dengan cara memperkuat penjualan secara *online*. Dengan melakukan hal tersebut, omset penjualan produk dapat dimaksimalkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2 Saran

1. Toko Bata MTC Giant telah banyak melakukan perbaikan dalam penanganan strategi promosi pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru di masa pandemi Covid-19. Seharusnya Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam lebih *update* lagi terhadap produk sepatu yang diperjualkan baik itu di toko secara langsung maupun di penjualan melalui *Webstore* dan *E-commerce*.
2. Dalam meningkatkan strategi promosi pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru di masa pandemi Covid-19 mengurangi kendala yang terjadi dengan lebih giat lagi dalam melakukan seperti promosi kepada pembeli agar tertarik untuk berbelanja di Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qura'n

Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Selemba Empat

Fandy Tjiptono. 2016. *Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andi Offset

Assauri sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba empat

Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2007.*Dasar-Dasar Pemasaran*.Edisi Kesembilan, Cet. Kedua. Jakarta: PT Index

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.Martoyo, 1996, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.

Limakrisna Nandan, Susilo Hary Wihelms. 2012. *Majemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Moriarty. Sandra dkk. 2011. *ADVERTISING*. Jakarta: Kencana

Mowen, John C & Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga

Nasution. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia

Ratnasari, Ririn Tri & Aksa Mastuti H. 2016.*Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia

Setiyaningrum Ari & Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Somad, Rismi & Priansa Donni Juni. 2014. *Manajemen Komunikasi*. Bandung: Alfabeta

Sopiah & Sangadji Etta Mamang. 2016. *Salesmanship*. Jakarta: Bumi Aksara

Sukirno Sadono. 2004. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group

Thamrin Abdullah. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Andes
 Jabatan : Penanggung jawab toko
 Lokasi : Toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru
 Tanggal Penelitian : 3 Juli 2021
 Waktu : 13:00 WIB

1. Jenis produk apa saja yang di jual di toko Bata MTC Giant Panam ?

Jawaban :

Adapun produk-produk yang di jual toko Bata MTC Giant Panam

Pekanbaru yaitu:

- a. Sepatu North Star
- b. Sepatu Power
- c. Sepatu Weinbrenner
- d. Sepatu Formal (mendes)
- e. Sepatu Sekolah
- f. Sepatu Anak-anak

2. Promosi apa saja yang digunakan toko Bata MTC Giant Panam di masa pandemi covid 19 ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Jawaban :

Adapun promosi yang dilakukan Bata MTC Giant saat ini yaitu :

- a. Periklanan
- b. Webstore
- c. Obral
- d. Diskon pada *e-commerce*

3. Kendala-kendala apa saja yang di hadapi toko Bata MTC Giant Panam di masa pandemi covid 19 ?

Jawaban :

Adapun kendala-kendala yang di hadapi oleh Toko Bata MTC Giant yaitu dikarenakan menurun nya daya beli masyarakat dan berkurang nya interaksi akibat dampak pandemi covid 19 maka masyarakat lebih memilih berbelanja secara *online* untuk menghindari kontak fisik,pada akhir nya, toko *offline* seperti toko Bata MTC Giant penjualan produknya menurun secara signifikan. Pada 1 tahun terakhir yaitu tepat nya pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan penjualan sebesar 17% dikarenakan pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB)

Dampak tersebut dapat dilihat pada tabel penjualan periode 2019-2020 berikut :

Persentasi Data Penjualan Sepatu Bata pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Periode 2019-2020

Tahun	Target Penjualan (Pasang)	Realisasi Penjualan	Pencapaian Target
-------	---------------------------	---------------------	-------------------



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		(Pasang)	
2019	16.945	11.778	115%
2020	16.500	9.689	98%

4. Solusi apa saja yang di lakukan toko Bata MTC Giant Panam dalam menghadapi penurunan penjualan di masa pandemi covid 19 ?

Jawaban :

Solusi yang diambil Toko Bata MTC Giant untuk mensiasati penurunan penjualanya yaitu dengan cara memperkuat promosi dan penjualan secara *online*. Dengan melakukan hal tersebut, omset penjualan produk dapat di maksimalkan. Karena dengan cara itu, calon konsumen dapat lebih mudah mendapat kan informasi dan membeli produk-produk bata tanpa perlu datang ke toko untuk meminimalisir kontak fisik antara penjual dan pembeli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI



Photo tempat penelitian di toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.



Photo dokumentasi saat sedang melakukan wawancara bersama bapak Andes selaku penanggung jawab toko Bata MTC Giant Panam Pekanbaru.